

2. Федеральный закон от 09.02.2007 №17-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Об образовании» и Федеральный закон «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» в части проведения Единого государственного экзамена» (в ред. Федерального закона от 01.12.2007 №309-ФЗ).

Сущенко А. Д.,

г. Екатеринбург

РЫНОК ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАТОРОВ И СТУДЕНТОВ

Исследования рынка дополнительных образовательных услуг, предоставляемых вузами, преимущественно сосредоточены, во-первых, на изучении потребления студентами данных услуг как инструмента экономических выгод, на выявлении их качества и конкурентоспособности, а также разработке ценовой политики, во-вторых, на результатах обучения педагогического труда. Как следствие, выявление особенностей взаимодействия основных субъектов, участвующих в образовательном процессе (организаторов, преподавателей и студентов), является актуальным направлением исследований данного рынка.

Введение новых государственных образовательных стандартов в России, в том числе курсов по выбору в вариативной части основных образовательных программ, вследствие вступления в Болонский процесс и появление в системе высшего образования платных услуг, в частности возможности обучения на платной основе, влекут за собой изменения в характере взаимодействия между различными субъектами, участвующими в образовательном процессе, и позволяют наполнить понятие «дополнительные образовательные услуги» содержательной составляющей. Как следствие, с нашей точки зрения «дополнительные образовательные

услуги» могут быть определены как процесс непосредственного и опосредованного взаимодействия между сотрудниками вуза и студентами в ходе образовательного процесса вследствие выбора тех или иных специфических курсов и дисциплин, относящихся к вариативной части образовательной программы высшего образования либо выходящих за ее рамки, которые соответствуют представлениям студентов о необходимых в будущей трудовой профессиональной деятельности, конкретных навыках и направлены на их формирование.

Нами выявлены представления преподавателей и студентов о дополнительных образовательных услугах, которые необходимы студентам бакалавриата и магистратуры. Наблюдается разрыв между представлениями преподавателей и студентов в плане предложения и спроса на дополнительные образовательные услуги.

В ходе исследования выявлены ожидания организаторов дополнительных образовательных услуг относительно типов целевых аудиторий в зависимости, во-первых, от выбранного направления курсов, во-вторых, от уровня полученного образования (обучающиеся на бакалавриате, в магистратуре). В соответствие с ожиданиями организаторов дополнительных услуг студенты 3-4 курса в большей степени должны быть ориентированы на посещение курсов, нацеленных на изучение разных иностранных языков; студенты магистратуры - на курсы личностного роста, совершенствующие навыки коммуникации и ораторского мастерства либо направленные на развитие тех навыков, которые традиционно рассматриваются работодателями как способствующие повышению конкурентоспособности на рынке труда (по направлениям экономики или, как правило, английский язык). Обучение студентов по данным направлениям дополнительных курсов, как прежде, является в представлении экспертов одной из главных характеристик конкурентоспособного выпускника вуза.

Рассмотрим реальную ситуацию относительно выбора студентами дополнительных образовательных услуг вуза. Студенты как потенциальные потребители дополнительных образовательных услуг имеют потребность в данных курсах (это отмечают примерно 80% опрошенных), однако ориентация на потребление конкретных образовательных услуг не сформирована. Об этом свидетельствует не только низкий уровень информированности о знании курсов, которые предлагает вуз (в ходе исследования опрошены студенты, обучающиеся на 3-4 курсе бакалавриата и в магистратуре или потребляющие дополнительные образовательные услуги УрФУ), но и низкая ориентация на выбор конкретных курсов. Лишь около 10% опрошенных ориентированы на посещение конкретных курсов.

Выявлены 3 группы курсов, на которые ориентированы студенты при выборе дополнительных образовательных услуг вуза: курсы иностранных языков (немецкий, испанский, японский, чешский); специфические для направления подготовки курсы, соответствующие получаемой специализации; курсы, не связанные с основным направлением подготовки (управление персоналом, курсы, направленные на освоение компьютерных программ и информационных систем).

Помимо тех, кто имеет конкретные потребности в получении дополнительных образовательных услуг, существует группа студентов, которые будто бы хотели обучаться на дополнительных курсах, но их потребности не конкретизированы. Зачастую студенты на уровне стереотипного восприятия о значимости изучения иностранного языка отмечают ориентацию на приобретение навыков по каким-либо иностранным языкам, но не знают, какой именно они бы хотели изучить. Интересно, что бизнес-образование, которое активно позиционируется создателями данных услуг как инструмент продвижения по карьерной лестнице, воспринимающееся и являющееся одним из самых дорогих видов дополнительных образовательных услуг, не рассматривается большинством студентов как «желаемое» для освоения.

По мнению студентов, обучающихся на дополнительных курсах, посещение данных курсов способствует расширению возможностей трудоустройства (около 30%), расширением кругозора (20%) и потребностью в углублении профессиональных навыков. Данные причины также свидетельствуют о наличии у студентов стереотипов о преимуществах потребления дополнительных услуг, а также ожиданиях, связанных у студентов с возможностями, которые они могут получить после окончания подобных курсов. При этом респонденты отмечали отсутствие представления о понятии «дополнительные образовательные курсы/услуги» либо недостаточную информированность о них.

Таким образом, представления экспертов и ориентации студентов относительно дополнительных образовательных курсов и потребности в них различны, как следствие, это затрудняет взаимодействие между студентами и организаторами. Ориентация на изучение различных иностранных языков действительно наиболее выражена среди студентов, однако не связана исключительно с изучением английского языка, довольно часто студенты ориентированы на освоение немецкого языка, испанского, китайского. Для того, чтобы студентам были известен спектр предлагаемых дополнительных образовательных услуг и ясны преимущества выбираемых курсов (которые реализуют организаторы и создатели) необходимо активное информирование (разъяснение, что включают в себя дополнительные образовательные услуги, предлагаемые вузом, их преимущества) и продвижение имеющихся дополнительных образовательных услуг с помощью таких наиболее удобных для студентов каналов, как официальный сайт вуза, социальные сети, через преподавателей факультета (института, департамента), в котором учатся студенты.